

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi yang pesat dengan penemuan-penemuan baru untuk mempermudah aktivitas manusia telah menyebabkan perubahan pada pola kehidupan manusia di berbagai bidang, salah satunya adalah pada bidang komunikasi di Indonesia dengan presentase penggunaan *mobile phone* sebesar 109% (WeAreSocial, 2012), memiliki kemajuan pada kegiatan bisnis yang semakin mudah, efektif dan efisien karena didukung oleh akses internet dan fitur yang dapat dijangkau melalui *mobile phone*. Perkembangan teknologi tersebut kemudian dimanfaatkan oleh pihak perbankan untuk menyediakan sarana transaksi keuangan maupun non keuangan secara online melalui *mobile phone*, yaitu melalui layanan *mobile banking*. *Mobile Banking* (M-Banking) dapat dilakukan dengan mudah melalui menu SIM Card, atau dengan menggunakan SMS (*Short Message Services*), atau juga menggunakan menu aplikasi dengan jaringan internet (www.bi.go.id, 2012).

Manfaat *Mobile Banking* bagi pengguna adalah kecepatan, kemudahan dan kenyamanan dalam bertransaksi keuangan, namun selain itu, manfaat juga didapatkan bagi penyedia layanan, yaitu dapat menekan biaya pengembangan fasilitas, sehingga pihak perbankan yakin dapat menarik minat nasabah dengan memberi layanan yang sejenis. Dibalik keunggulan *M-Banking* tersebut ternyata hanya sepertiga pengguna ponsel di Indonesia yang memanfaatkan layanan ini untuk bertransaksi (Cellular-News, 2010).

Penggunaan teknologi informasi yang sudah canggih dan penggunaan internet yang semakin meningkat sekarang ini memprediksi tingkat pemakaian semakin diminati, dan pemakaian yang berdasarkan kegunaan, kemudahan, risiko, dan kualitas layanan akan dipertimbangkan dalam menggunakan mobile banking. Salah satu bank yang memanfaatkan teknologi informasi dalam kegiatannya adalah Bank BRI melalui penggunaan *mobile banking* (Mentayani Ida, Rusmanto dan Rahmiati 2016).

Perkembangan teknologi internet ini diadopsi oleh industri perbankan untuk mengembangkan pelayanan. Peluang ini digunakan oleh bank-bank yang ada di Indonesia, karena media internet adalah salah satu inovasi yang cukup memberi peluang dan menantang dalam pengembangannya. Perkembangan pelayanan yang dilakukan perbankan berbasis teknologi (*electronic transaction*) dalam bentuk *mobile banking*, *mobile banking* yang berbasis *handphone* (*phone banking*), penggunaan ATM (*Authomatic Teller Machine*), *credit card* dan lain sebagainya merupakan keharusan bagi bank-bank di Indonesia untuk merebut persaingan pasar. Saat ini *mobile banking* menjadi perhatian utama dan senjata yang revolusioner strategi operasi bank, untuk persaingan antar bank. Nasabah dapat melakukan transaksi *non cash* setiap saat dengan mudah dan nyaman dengan mengakses melalui komputer (jaringan internet). Inovasi pelayanan perbankan melalui teknologi *mobile banking* diharapkan dapat menekan *transactional cost* dan antrian yang terjadi di kantor-kantor bank. Dalam mempertahankan hubungan jangka

panjang dengan para nasabah, pihak bank memerlukan suatu konsep kepuasan pelanggan (*customer satiffaction*).

Intention to use atau minat perilaku merupakan suatu keinginan (minat) seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Seseorang akan melakukan suatu perilaku jika mempunyai keinginan atau minat untuk melakukannya (Jogiyanto, 2007:116). Minat atau intensi adalah keinginan untuk melakukan suatu perilaku. Menurut hasil penelitian-penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa minat perilaku merupakan prediksi yang baik dari penggunaan teknologi oleh pemakai sistem (Davis, 2000). Beberapa penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa minat perilaku merupakan prediksi yang baik dari penggunaan teknologi oleh pemakai sistem (Venkatesh dan Davis 2000). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Safeena et al. (2009) dan Suh dan Han (2002), peneliti dapat menyimpulkan terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi minat dalam menggunakan mobile banking oleh para nasabah bank, yaitu persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, persepsi risiko dan kepercayaan.

Minat nasabah menciptakan suatu motivasi yang terus terekam dalam benak konsumen dan menjadi suatu keinginan yang sangat kuat yang pada akhirnya ketika seorang konsumen harus memenuhi kebutuhannya akan mengaktualisasikan apa yang ada didalam benak konsumen tersebut. Minat nasabah merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen Kumala (2012). Rossiter dan Percy (2012) mengemukakan bahwa minat nasabah merupakan instruksi diri konsumen untuk melakukan pembelian atas

suatu produk, melakukan perencanaan, mengambil tindakan-tindakan yang relevan seperti mengusulkan, dan akhirnya mengambil keputusan untuk melakukan transaksi.

Nasabah Bank di Indonesia masih banyak yang menggunakan *mobile banking* hanya sekedar melihat saldo, oleh sebab itu bank perlu meningkatkan strategi agar semakin banyak nasabah yang menggunakan internet dengan tujuan agar *value* yang diberikan nasabah bank semakin tinggi. Suatu produk dan jasa mungkin sudah tersedia untuk beberapa waktu, tetapi yang penting bagi bank adalah memahami perilaku nasabah belajar tentang produk untuk pertama kalinya dan memutuskan apakah akan mengadopsinya, karena fasilitas *mobile banking* tergolong baru bagi masyarakat. Mengetahui faktor-faktor apa saja yang bisa mempengaruhi konsumen menggunakan fasilitas yang telah disediakan bank, diharapkan mampu memberikan nilai tambah yang maksimal bagi nasabah, dan pada akhirnya memberi kesempatan untuk bersaing bagi perusahaan (Amijaya Gilang Rizki, 2010).

Menurut Cahyo (2014), kegunaan merupakan *capable of being used advantageously* atau dapat digunakan untuk tujuan yang menguntungkan. Jadi, kegunaan adalah suatu tingkatan dimana seseorang mempercayai bahwa penggunaan sebuah sistem akan mampu meningkatkan kinerja, menambah tingkat produktivitas dan efektivitas. Dalam konteks penggunaan *mobile banking*, kegunaan dapat dinyatakan bahwa penggunaan *mobile banking* dapat meningkatkan kinerja bagi nasabah yang menggunakannya. Seseorang akan menggunakan *mobile banking* apabila orang tersebut mempercayai

bahwa *mobile banking* dapat memberikan kegunaan dalam melaksanakan tugas atau pekerjaan. Oleh karena itu, kegunaan *mobile banking* mempengaruhi minat nasabah dalam penggunaan *mobile banking*.

Davis et al. (1989) mendefinisikan kegunaan “suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tersebut dapat meningkatkan kinerjanya dalam bekerja”. Dengan demikian maka dapat diambil kesimpulan bahwa kegunaan merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Penelitian Davis (1989) menunjukkan bahwa konstruk kegunaan (*usefulness*) mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap penggunaan sistem informasi. Penelitian yang menyebutkan hal yang sama juga pernah dilakukan diantaranya penelitian yang dilakukan oleh Chau (1996); Igabria et al. (1997); Sun (2003). kegunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerjanya (Jogiyanto, 2007: 114). kegunaan didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerjanya (Davis, 1989).

Kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha (Jogiyanto, 2007: 115). Dari definisinya maka dapat diketahui bahwa kemudahan merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya. Davis et al. (1989) mendefinisikan kemudahan penggunaan (*ease of use*) *mobile banking*, secara

kontras, mengacu pada “suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tersebut tak perlu bersusah payah”.

Kemudahan didefinisikan sebagai *the degree to which a person believe that using a particular system would be free of effort* yaitu tingkat kepercayaan seseorang bahwa sistem teknologi tertentu dapat digunakan dengan mudah (tanpa usaha) (Malhotra dan Galleta, 1999; Hernandez dan Mazzon, 2007; Ayyagari, 2006). Konsep ini mencakup kejelasan tujuan penggunaan teknologi informasi dan kemudahan penggunaan sistem untuk tujuan sesuai dengan keinginan pengguna (Handayani, 2007). Beberapa indikator kemudahan penggunaan, antara lain meliputi: *ease to learn, easy to use, clear and understandable* dan *become skillful* (Koufaris, 2002; Sun dan Zhang, 2006). Dengan demikian, apabila jasa yang diberikan teknologi dipersepsikan mudah digunakan oleh para pengguna, maka akan mendorong para nasabah untuk menerima dan menggunakan teknologi tersebut.

Risiko merupakan ketidakpastian dan konsekuensi-konsekuensi yang tidak diinginkan dalam melakukan suatu kegiatan (Jogiyanto, 2007: 71). Menurut Dowling (1986), anggapan terhadap risiko (risk) adalah dampak negatif konsumen atas sejumlah aktivitas yang didasarkan pada hasil yang negatif dan memungkinkan bahwa hasil tersebut menjadi nyata. risiko sangat mempengaruhi tingkat kepercayaan. Semakin kecil risiko dari suatu individu maka semakin besar tingkat kepercayaannya, begitupun sebaliknya. Jika risiko itu meningkat dari sekedar informasi sampai pada keputusan

pembelian produk (transaksi), resiko diasosiasikan dengan kepercayaan (Dowling dan Staelin, 2001).

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Safeena et al. (2009) yang dilakukan di india dengan menggunakan empat variabel yaitu kegunaan, kemudahan, risiko dan kesadaran. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa ke empat variabel tersebut merupakan faktor-faktor yang kuat dan positif mempengaruhi pelanggan dalam mengadopsi mobile banking. Polatoglu dan Ekin (2001) juga menemukan bahwa risiko dianggap merupakan salah satu faktor utama yang mempengaruhi adopsi nasabah, serta kepuasan pelanggan layanan mobile banking. Risiko yang dirasakan biasanya timbul dari ketidakpastian. Penelitian yang dilakukan oleh Widyarini dan Putro (2008) juga berpendapat bahwa risiko berpengaruh terhadap niat menggunakan mobile banking.

Kualitas pelayanan *mobile banking* merupakan layanan yang memberdayakan konsumen dengan penekanan pada peran teknologi digital atau elektronik sehingga aspek utamanya adalah ketersediaan infrastruktur yang mendukung dalam layanan *mobile banking*. Adapun indikator dari *e-service quality* terdiri efisiensi (*efficiency*), pemenuhan (*fulfillment*), ketersediaan sistem (*system availability*) dan privasi (*privacy*) (Parasuraman dkk., 2005:8). Skala yang digunakan adalah skala Likert mulai dari nilai 1 (sangat tidak setuju) sampai 5 (sangat setuju). Kepuasan konsumen yaitu tingkat perbandingan harapan yang diinginkan konsumen dengan kualitas pelayanan yang diberikan. Indikator kepuasan terdiri: (1) Pelanggan puas atas

layanan *mobile banking*, (2) Secara keseluruhan layanan *mobile banking* mampu menjawab ekspektasi dari pelanggan, (3) Pelanggan puas ketika transaksi yang dilakukan berhasil dengan sukses (4) Transaksi *mobile banking* yang pelanggan lakukan berhasil dengan lancar dan tanpa hambatan, (5) layanan *mobile banking* memenuhi harapan pelanggan (6) Pelanggan melakukan rekomendasi layanan *mobile banking* (Ni Made Savitri Anggraeni dan Ni Nyoman Kerti Yasa, 2010: 335).

Loyalitas nasabah adalah kesediaan nasabah untuk menggunakan *mobile banking* dari Bank BNI saja. Indikator loyalitas nasabah berdasarkan penelitian dari Zulkifli (2012: 57) yang terdiri dari: 1) ketetapan untuk menjadi konsumen, 2) Konsumen bersedia membayar lebih untuk kualitas produk atau jasa yang lebih baik. 3) Konsumen bersedia membicarakan hal-hal positif kepada orang lain, 4) Memberikan rekomendasi ke orang lain. 5) Kesediaan meningkatkan frekuensi transaksi.

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti tertarik melakukan penelitian dengan mengambil judul **“PENGARUH KEGUNAAN, KEMUDAHAN, RISIKO, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP MINAT NASABAH DALAM PENGGUNAAN MOBILE BANKING (Studi Empiris Pada Nasabah Bank BUMN Di Kota Surakarta)”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah kegunaan berpengaruh terhadap minat nasabah dalam penggunaan *mobile banking*?
2. Apakah kemudahan berpengaruh terhadap minat nasabah dalam penggunaan *mobile banking*?
3. Apakah risiko berpengaruh terhadap minat nasabah dalam penggunaan *mobile banking*?
4. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap minat nasabah dalam penggunaan *mobile banking*?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menguji adanya pengaruh kegunaan terhadap minat nasabah dalam penggunaan *mobile banking*
2. Untuk menguji adanya pengaruh kemudahan terhadap minat nasabah dalam penggunaan *mobile banking*
3. Untuk menguji adanya pengaruh risiko terhadap minat nasabah dalam penggunaan *mobile banking*
4. Untuk menguji adanya pengaruh kualitas layanan terhadap minat nasabah dalam penggunaan *mobile banking*

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Mahasiswa Jurusan Akuntansi

Guna memberikan pengetahuan mengenai ilmu akuntansi khususnya di bidang *mobile banking* sehingga dapat menganalisis pengaruh kegunaan, kemudahan, risiko, dan kualitas layanan terhadap minat nasabah dalam penggunaan mobile banking.

2. Bagi Peneliti

Guna untuk menambah wawasan dan memberikan referensi agar diperoleh hasil yang bermanfaat bagi peneliti di masa yang akan datang dan juga ingin menganalisis pengaruh kegunaan, kemudahan, risiko, dan kualitas layanan terhadap minat nasabah dalam penggunaan mobile banking.

3. Bagi Akademisi

Guna untuk memberikan kontribusi pengembangan literatur akuntansi sektor private dan sebagai acuan penelitian terutama untuk peneliti yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut mengenai pengaruh kegunaan, kemudahan, risiko, dan kualitas layanan terhadap minat nasabah dalam penggunaan mobile banking.

4. Bagi Nasabah

Sebagai masukan dalam mendukung kemajuan teknologi melalui penggunaan mobile banking dan memberikan pelayanan yang baik terhadap nasabah Bank BUMN di kota Surakarta yang menggunakan

mobile banking. Bank BUMN di kota Surakarta diharapkan dapat membuat peningkatan dalam layanan mobile banking.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini dimaksudkan untuk memberikan gambaran penelitian yang jelas dan sistematis, sebagai berikut:

BAB I. PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan teori-teori yang relevan dengan penelitian beberapa penelitian terdahulu, rerangka pemikiran dan pengembangan hipotesis.

BAB III. METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan mengenai jenis penelitian, populasi dan sampel, data dan sumber data, metode pengumpulan data, variabel penelitian dan pengukuran, dan metode analisis data.

BAB IV. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi penyajian dan analisis data. Pada bab penelitian menyajikan dan menyelesaikan hasil pengumpulan, analisis data, sekaligus merupakan jawaban atas hipotesis yang telah dikemukakan.

BAB V. PENUTUP

Bab ini berisi mengenai kesimpulan hasil penelitian, keterbatasan penelitian serta saran bagi peneliti selanjutnya.